

ملخص الفصل الأول

- أساسيات عمليات صنع القرار الفردية تكمن في أن الناس يختارون بين البدائل، يقيسون تكلفة أي نشاط بالفرص المتاحة له، و في أن صانعي القرار العقلانيين يقارنون بين الفوائد الهامشية و التكاليف الحدية (marginal benefits and marginal costs) و أن الناس سلوكهم على الحوافز
- تكمن أساسيات التفاعل بين الناس في:
 - أن التجارة ذات منفعة متبادلة
 - أن الأسواق عادة ما تكون ممارسات جيدة لتنسيق الأعمال التجارية
 - أن الدولة قد تكون قادرة على تحسين نتائج السوق اذا كان هناك فشل في السوق أو نتائج غير عادلة
- تكمن أساسيات عمل الاقتصاد الكلي في:
 - أن الانتاجية هي المصدر الحقيقي لمستوى المعيشة
 - أن النمو النقدي هو السبب الحقيقي للتضخم المالي
 - أن المجتمع يستطيع أن يختار على المدى المصير بين ارتفاع التضخم المالي و بين ارتفاع نسبة البطالة

ملخص الفصل الثاني

- يحاول الاقتصاديون العمل بموضوعية عملية في نطاق عملهم. مثل جميع العلماء يضعون الاقتصاديون فرضيات مناسبة و يبنون نماذج بسيطة ليفهموا بشكل أفضل العالم الحقيقي
- ينقسم علم الاقتصاد الى الاقتصاد الكلي (Macroeconomics) و الاقتصاد الجزئي (Microeconomics). يدرس الاقتصاديون الجزئيين سلوك اتخاذ القرار للأسر و الشركات كما يدرسون تفاعلها في الأسواق. يدرس خبراء الاقتصاد الكلي على المستوى الكلي القوى و اتجاهات التنمية التي تؤثر على الاقتصاد ككل

- البيان الايجابي هو أطروحة حول العالم كما هو. أما البيان المعياري فيوضح كيف يجب العالم أن يكون، اذا صاغ الاقتصاديون بيانات معيارية فانهم يتصرفون كسياسيين أكثر من كونهم علماء
- في الكثير من الأحيان يقدم الاقتصاديون الاستشاريون في السياسة معلومات متناقضة، و ذلك إما بسبب وجود إختلافات في الحكم العلمي أو بسبب أحكام تقديرية متباعدة. لذلك يحصل سياسيون على آراء متناقضة لدى الخبراء لأن بعض المشعوذين يمثلون حلول براءات الإختراع غير واقعية لمشاكل صعبة. خلاف ذلك، هناك نصائح عليها إجماع لدى الخبراء الإقتصاديون يتجاهلها السياسيون.

ملخص الفصل الرابع

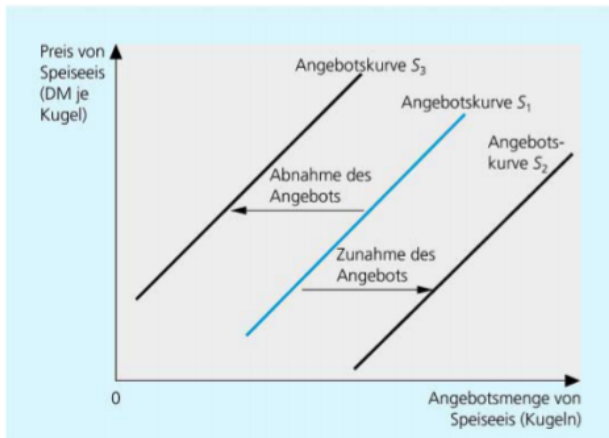
- يستخدم الإقتصاديون نموذج العرض و الطلب لدراسة الأسواق التنافسية. يوجد في السوق التنافسية الكثير من الموردين و الزبون، لذلك ليس للزبون لوحده أو للمورد لوحده أي تأثير (أو تأثير شبه معدوم) على سعر السوق
- يوضح منحنى الطلب تأثر كمية الطلب للسلعة بسعرها. بحسب قانون الطلب ترتفع الكمية المطلوبة مع إنخفاض سعر الوحدة. لذلك يتخذ منحنى الطلب منحدر سلبي
-

Verschiebungen der Angebotskurve:

Variablen, durch die die Angebotskurve beeinflusst wird:

Variablen mit Einfluss auf die Angebotsmenge	Eine Veränderung dieser Variablen
Preis Input- oder Einkaufspreise Technologie (Fortschritt) Erwartungen Anzahl der Anbieter	ergibt eine Bewegung auf der Angebotskurve verschiebt die Angebotskurve verschiebt die Angebotskurve verschiebt die Angebotskurve

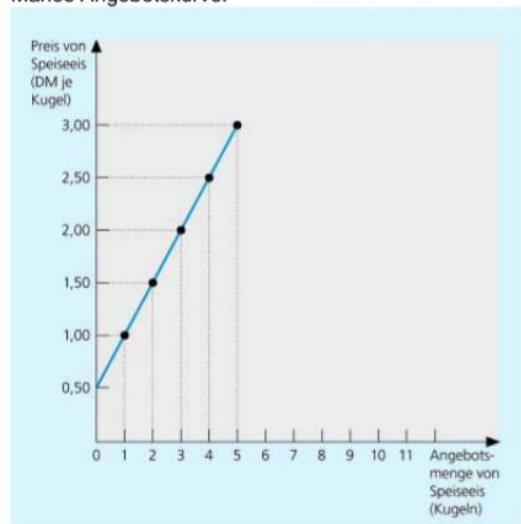
Beispiel: Rückgang des Zuckerpreises (Zucker = Input- bzw. Produktionsfaktor) > Kosten werden gesenkt > Eisgeschäft ist profitabler > Anstieg des Angebots, da die Unternehmer nun zu jedem beliebigen Preis größere Mengen produzieren und anbieten wollen.



Marios Angebotstabelle:

Preis von Speiseeis (DM je Kugel)	Angebotsmenge von Speiseeis (Kugeln)
0,00	0
0,50	0
1,00	1
1,50	2
2,00	3
2,50	4
3,00	5

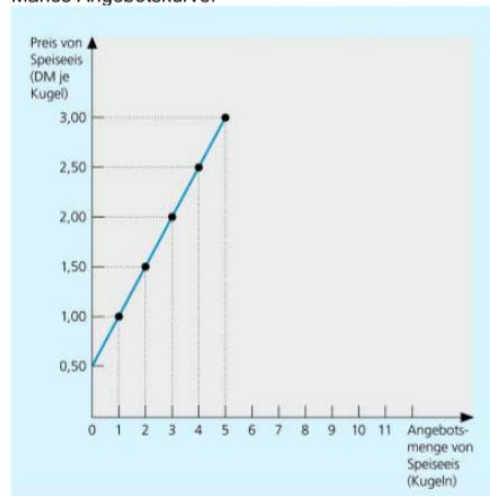
Marios Angebotskurve:

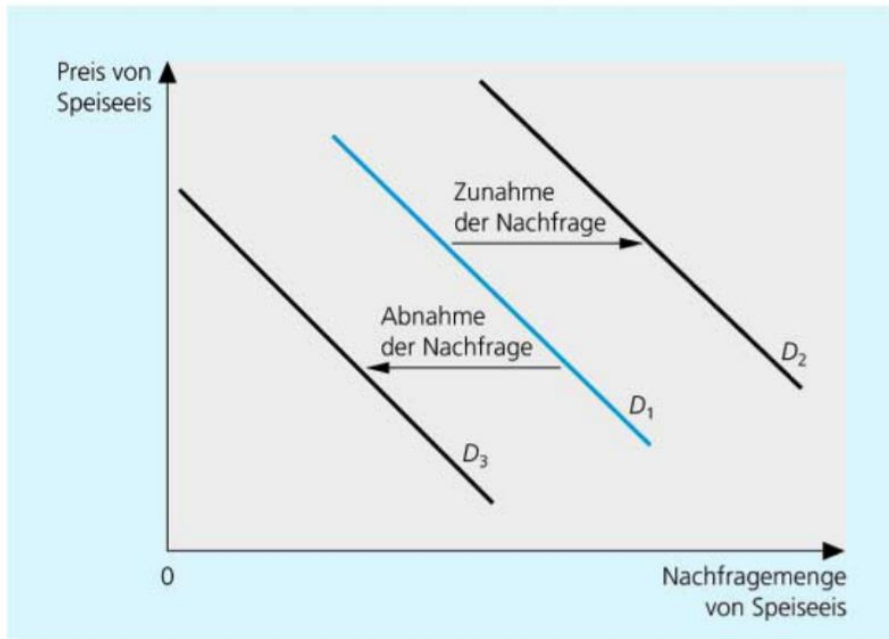


Marios Angebotstabelle:

Preis von Speiseeis (DM je Kugel)	Angebotsmenge von Speiseeis (Kugeln)
0,00	0
0,50	0
1,00	1
1,50	2
2,00	3
2,50	4
3,00	5

Marios Angebotskurve:





Variablen, denen man – in unterschiedlichen Richtungen – Einflüsse auf die am Markt nachgefragten Mengen zuschreibt:

Variablen mit Einfluss auf die Nachfragemenge	Eine Veränderung dieser Variablen
Preis	ergibt eine Bewegung auf der Nachfragekurve
Einkommen	verschiebt die Nachfragekurve
Preise verwandter Güter	verschiebt die Nachfragekurve
Vorlieben, Geschmack	verschiebt die Nachfragekurve
Erwartungen	verschiebt die Nachfragekurve
Anzahl der Käufer	verschiebt die Nachfragekurve

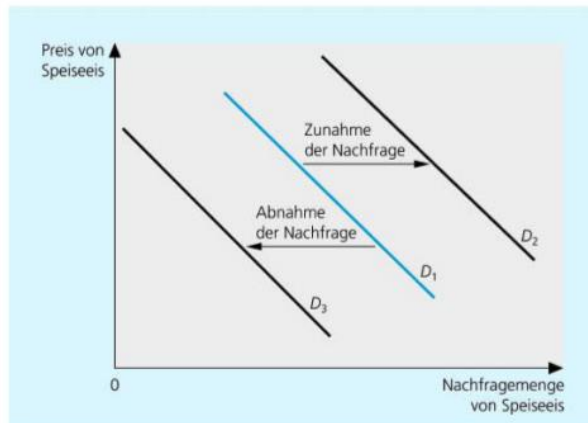
Beispiel: Eine angesehene medizinische Gesellschaft veröffentlicht eine neue Erkenntnis: Leute mit hohem Verbrauch an Speiseeis leben gesünder und länger. Folge: Veränderung von Vorliebe und Geschmack > die Nachfrage nach Speiseeis erhöht sich > es wird zu einem höheren Preis mehr Speiseeis gekauft > Nachfragekurve verschiebt sich.



Variablen, denen man – in unterschiedlichen Richtungen – Einflüsse auf die am Markt nachgefragten Mengen zuschreibt:

Variablen mit Einfluss auf die Nachfragemenge	Eine Veränderung dieser Variablen
Preis	ergibt eine Bewegung auf der Nachfragekurve
Einkommen	verschiebt die Nachfragekurve
Preise verwandter Güter	verschiebt die Nachfragekurve
Vorlieben, Geschmack	verschiebt die Nachfragekurve
Erwartungen	verschiebt die Nachfragekurve
Anzahl der Käufer	verschiebt die Nachfragekurve

Beispiel: Eine angesehene medizinische Gesellschaft veröffentlicht eine neue Erkenntnis: Leute mit hohem Verbrauch an Speiseeis leben gesünder und länger. Folge: Veränderung von Vorlieben und Geschmack > die Nachfrage nach Speiseeis erhöht sich > es wird zu einem höheren Preis mehr Speiseeis gekauft > Nachfragekurve verschiebt sich.



Beispiel: Katrins Nachfragetabelle nach Speiseeis:

Preis von Speiseeis (DM je Kugel)	Nachfragemenge von Speiseeis (Kugeln)
0,00	12
0,50	10
1,00	8
1,50	6
2,00	4
2,50	2
3,00	0



Katrins Nachfragekurve für Speiseeis:



Nachfrageplan,
Nachfragetabelle: Eine Tabelle für die zusammengehörigen Wertepaare Güterpreis und
Nachfragemenge

Nachfragekurve: Ein Graph für die Zuordnungen von Güterpreisen und
Nachfragemengen

Ceteris paribus: Der lateinische Ausdruck für „andere Dinge gleichbleibend“ wird als
Erinnerung daran verwendet, dass alle anderen als die gerade
Untersuchten Variablen annahmegemäß konstant bleiben.

Beispiel: Katrins Nachfragetabelle nach Speiseeis:

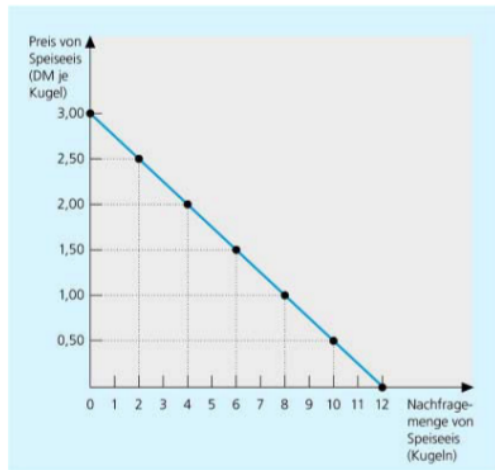
Preis von Speiseeis (DM je Kugel)	Nachfragemenge von Speiseeis (Kugeln)
0,00	12
0,50	10
1,00	8
1,50	6
2,00	4
2,50	2
3,00	0

Katrins Nachfragekurve für Speiseeis:



Katrins Nachfragekurve für Speiseeis:

Seite 9/42



Kreislaufdiagramm: Ein visuelles Modell, das zeigt, wie DM oder Dollars über Märkte zwischen Haushalten und Unternehmungen fließen



